

DAFTAR PUSTAKA

- Anggono, A. J., dan Sunarti. (2018). Pengaruh Harga dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Paralayang, Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 61(3), 190-197.
- Aprilia, F., Kumadji, S., dan Kusumawati, A. (2015). Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Minat Berkunjung serta dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung tempat Wisata Jawa Timut Park 2, Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 24(1), 1-6.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS.
- Ihwani, M. U. A. (2013). Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Santri memilih Pondok Pesantren (Survei pada Pondok Pesantren Anwar Futuhiyyah Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Jalilvand, M. R., dan Samiei, N. (2012). *The Effect of Word of Mouth on Inbound Tourist' Decision for Travelling to Islamic Destination (The case of Isfahan as a Tourist Destination in Iran)*. *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 12-21.
- Kiswanto, A. H. (2011). Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang *Beach* Rembang. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R., dan Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marsita, S. (2018). Pengaruh *Word of Mouth* dan Citra Destinasi pada Keputusan Wisatawan Berkunjung di Pantai Sari Ringgung Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. *Skripsi*. Universitas Lampung.
- Meirizka, S. (2018). Analisis Pengembangan Taman Wisata Alam Punti Kayu Sebagai Daya Tarik Wisata Keluarga di Kota Palembang. *Skripsi*. Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Merryana, S. (2018). Strategi Pemasaran Jasa dalam Meningkatkan Pemakaian *Convention Center* (Studi Kasus pada Palembang *Sport and Convention Center*. *Skripsi*. Politeknik Negeri Sriwijaya.

Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2011 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, dan Taman Wisata Alam.

Priyatno, D. (2010). Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran. Yogyakarta: Gaya Media.

Priyatno, R., Widiartanto, dan Listyorini, S. (2016). Pengaruh Produk Wisata, *Destination Image*, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*, 5(1), 1-10.

Putra, D. N. E. (2015). Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Roti Gempol dan Kpo Anjis. *E-Proceeding of Management*, 2(1), 758-763.

Riyono, dan Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk AQUA di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*. 8(2), 92-121.

Rulianto, A. (2018). Analisis Vegetasi dalam Upaya Pengembangan Wisata di Taman Wisata Alam (TWA) Punti Kayu Palembang Provinsi Sumatera Selatan. *Skripsi*. Universitas Lampung.

Sangadji, E. M., dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Peneliti. Yogyakarta: Andi.

Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smarts Companies Get People Talking*. Chicago: Kaplan Publishing.

Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: CV Alfabeta.

Surgawi, I., dan Sutopo. (2016). Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Wisatawan dalam mengunjungi Objek Wisata (Studi pada Objek Wisata Puri Maerokoco Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(4), 1-10.

Suryadana, M. L., dan Octavia, V. (2015). Pengantar Pemasaran Pariwisata. Bandung: CV Alfabeta.

Susilo, H., Haryono, A. T., dan Mukery, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. *Journal of Management*, 4(4), 1-19.

Tjiptono, F. (2011). Strategi Pemasaran (13, Ed.). Yogyakarta: Andi.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

Utama, I. G. B. R. (2017). Pemasaran Pariwisata. Yogyakarta: Andi.